PATRIMOINE, INSTITUTIONS MUSÉALES ET ARCHIVES

optique culture

numéro 50 juin 2016

OBSERVATOIRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS DU QUÉBEC

Provenance des visiteurs des 100 institutions muséales les plus fréquentées en été

CHRISTINE ROUTHIER *chargée de projet, OCCQ*

Faits saillants

Les 100 institutions les plus fréquentées au Québec

- En juillet-août 2015, pour l'ensemble des 100 institutions muséales les plus fréquentées du Québec, les visiteurs locaux représentent au moins 23 % de la clientèle, les visiteurs venus d'ailleurs au Québec, au moins 27 %, et les visiteurs venus de l'extérieur du Québec, au moins 20 %. Pour environ 30 % des visiteurs, la provenance géographique n'a pas pu être identifiée.

Les 21 institutions les plus fréquentées à Montréal

- Pour la même période, en ce qui concerne les 21 institutions muséales les plus fréquentées de l'île de Montréal, les visiteurs locaux représentent au moins 39 % de la clientèle, les visiteurs venus d'ailleurs au Québec, au moins 11 %, et les visiteurs de l'extérieur du Québec, au moins 28 %. Pour le reste des visiteurs, la provenance géographique n'a pas pu être identifiée.

- Toujours en juillet-août 2015, les visiteurs venus des États-Unis constituent au moins 11 % de la clientèle des 21 institutions muséales les plus fréquentées de l'île de Montréal.

Ce bulletin présente les résultats d'une enquête statistique réalisée par l'Observatoire de la culture et des communications de l'Institut de la statistique du Québec pour le compte de la Société des musées du Québec (SMQ). La SMQ souhaitait, dans le cadre d'un plan triennal en tourisme développé avec le soutien du ministère du Tourisme, disposer de statistiques sur la provenance géographique des visiteurs des institutions muséales québécoises. L'Observatoire constituait un partenaire tout indiqué pour ce projet, étant donné qu'il mène déjà depuis plusieurs années une enquête permanente qui mesure la fréquentation de l'ensemble des institutions muséales du Québec. Il est important de noter que les résultats présentés dans ce bulletin :

- portent uniquement sur la période de juillet-août 2015 (et non sur une année complète de 12 mois) ;
- portent uniquement sur les 100 institutions muséales les plus fréquentées en été et non sur l'ensemble des institutions muséales du Québec.

Québec

Table des matières

4 Les défis du projet

5 Composition du groupe des 100 institutions les plus fréquentées

7 La clientèle estivale des 100 institutions étudiées

9 La clientèle estivale des 21 institutions montréalaises les plus fréquentées

10 Les visiteurs provenant de l'extérieur du Québec

10 Une démarche à poursuivre

Signes conventionnels

%	Pour cent ou pourcentage
n	Nombre
...	N'ayant pas lieu de figurer
..	Donnée non disponible
—	Néant ou zéro

Notes méthodologiques

Les statistiques présentées dans ce bulletin ont été obtenues en traitant statistiquement des données d'enquête fournies par 100 institutions muséales[1] du Québec au sujet de la provenance géographique de leurs visiteurs. Pour cette enquête, les institutions ciblées devaient, durant l'été 2015, questionner leurs visiteurs concernant le lieu de résidence[2] et elles devaient ensuite compiler leurs résultats et les transmettre à l'Institut de la statistique du Québec (ISQ) en remplissant un questionnaire.

Il est important de noter que les résultats présentés dans ce bulletin sont le fruit de calculs d'estimation et qu'à ce titre, ils doivent être compris comme des approximations de la réalité et non comme son reflet exact.

Période étudiée : juillet-août 2015

Afin de restreindre le travail de collecte d'information requis de la part des institutions répondantes, la SMQ et l'Observatoire de la culture et des communications du Québec ont décidé que l'enquête porterait sur une période de deux mois, soit juillet et août 2015. Ces deux mois ont été choisis parce que ce sont ceux pendant lesquels la fréquentation muséale est la plus élevée dans l'année, et parce que la SMQ souhaitait que les résultats de l'étude puissent contribuer à éclairer certains aspects du tourisme culturel au Québec (les mois de juillet et août étant marqués par un tourisme accru).

Groupe étudié : les 100 institutions les plus fréquentées en juillet-août

L'enquête a été conçue pour porter sur les 100 institutions muséales les plus fréquentées plutôt que sur l'ensemble des quelque 430 institutions muséales du Québec. Des consultations préalables au projet ont en effet révélé que plusieurs institutions muséales ne recueillent généralement pas d'information sur la provenance géographique de leurs visiteurs, notamment parce qu'elles ne disposent pas des ressources requises pour le faire. Dans ce contexte, on ne pouvait envisager une enquête portant sur l'ensemble des institutions muséales, et on a donc choisi de ne cibler que les institutions les plus fréquentées, supposant qu'elles étaient les plus susceptibles de déjà recueillir des données sur la provenance des visiteurs.

Dans le cadre de l'*Enquête sur la provenance des visiteurs d'institutions muséales*, les 100 établissements constituant la population visée ont tous été sollicités à titre de répondants. Les résultats présentés dans ce bulletin témoignent de la situation vécue par les 100 institutions étudiées ; ils ne s'appliquent qu'à ce groupe d'institutions et non à l'ensemble des institutions muséales du Québec.

Exclusion des entrées extra-muros

Les résultats portent sur la fréquentation « intra-muros » des institutions muséales ; les visiteurs qui seraient allés seulement aux activités « hors murs » organisées par les institutions muséales n'ont pas été considérés dans l'enquête. La fréquentation intra-muros inclut les entrées payantes et les entrées non payantes.

Mode de collecte de l'information sur la provenance

Dans le cadre de l'enquête, chacune des institutions muséales ciblées a reçu au début de juin 2015 un questionnaire de l'Institut de la statistique du Québec (ISQ). Le questionnaire comportait des directives sur la manière de recueillir l'information sur la provenance des visiteurs et renfermait un tableau dans lequel l'institution devait indiquer son nombre d'entrées intra-muros de juillet et d'août 2015 et répartir ce nombre selon sept catégories de provenance clairement définies, incluant une catégorie intitulée « provenance non identifiée ».

1. Le terme « institutions muséales » englobe les musées, les lieux d'interprétation et les centres d'exposition.
2. Dans le cas des visiteurs en groupes organisés, la question portait sur le lieu de départ du voyage organisé.

Notice suggérée pour mentionner cet article dans une bibliographie ou en reproduire un extrait :

ROUTHIER, Christine (2016). « Provenance des visiteurs des 100 institutions muséales les plus fréquentées en été », *Optique culture*, n° 50, Québec, Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, juin, 12 p. [En ligne]. [www.stat.gouv.qc.ca/observatoire].

Les institutions pouvaient utiliser une des deux méthodes suivantes pour consigner la provenance du visiteur : noter son code postal ou sa catégorie de provenance dans la caisse enregistreuse, ou encore cocher sa catégorie de provenance sur une grille papier fournie par l'ISQ. S'il leur était impossible ou difficile de questionner chacun de leurs visiteurs, les institutions pouvaient recueillir la provenance d'un échantillon représentatif d'entrées et reporter ensuite sur la totalité de leurs entrées les pourcentages de répartition obtenus au sein de l'échantillon. Un document sur les règles d'échantillonnage à respecter a été fourni par l'ISQ. À la fin de l'été, toutes les institutions devaient se charger de compiler leurs données selon les catégories de provenance prescrites dans le questionnaire.

Taux de participation des institutions ciblées

L'ISQ a collecté les résultats des institutions muséales par téléphone entre le 21 septembre et le 16 novembre 2015. Le taux de participation à l'enquête est de 70 %. Cela signifie que sur les 100 institutions muséales sollicitées pour l'enquête, 70 ont collecté de l'information auprès de leurs visiteurs et ont pu fournir à l'ISQ des nombres d'entrées pour les diverses catégories de provenance. Les 30 autres institutions ont été dans l'impossibilité de se livrer à l'exercice de collecte demandé et donc de répartir leurs entrées selon la provenance. Elles ont simplement fourni à l'ISQ leur nombre total d'entrées intra-muros. Le taux de participation de 70 % s'est révélé suffisant pour offrir aux statisticiens de l'ISQ une matière première leur permettant de produire des estimations statistiques couvrant l'ensemble des 100 institutions muséales étudiées[3].

Définitions

Provenance

Dans le cas des visiteurs individuels, la provenance correspond au lieu de résidence principal habituel. Dans le cas des visiteurs en groupes organisés, la provenance correspond au lieu de départ initial du groupe. À titre d'exemple, la provenance d'un groupe de touristes américains ayant quitté un hôtel d'Ottawa pour se rendre au Jardin botanique de Montréal sera les États-Unis (et non l'Ontario).

Entrées extra-muros

Il s'agit des entrées aux expositions et activités « hors murs » c'est-à-dire présentées par l'institution muséale dans un lieu qui n'est pas situé sur sa propriété (par exemple, exposition ou activité présentée dans un parc municipal, une école, un centre commercial, les rues d'un quartier, une place publique, etc.).

Musée

Établissement à but non lucratif dont l'activité principale consiste à faire des recherches, acquérir, conserver et gérer une collection, tout en exerçant les fonctions de mise en valeur, d'éducation et de diffusion par la présentation d'expositions ouvertes au public, l'organisation d'activités éducatives et culturelles ou la production de publications. Le musée se distingue du lieu d'interprétation et du centre d'exposition par le fait que la constitution et la gestion d'une collection sont des aspects centraux de son mandat.

Lieu d'interprétation

Établissement à but non lucratif dont l'activité principale consiste à exercer des fonctions de recherche, d'éducation et d'action culturelle et à faire la diffusion et la mise en valeur d'une thématique particulière liée à l'histoire, aux sciences, aux techniques ou aux modes de vie par la présentation d'expositions ouvertes au public, l'organisation d'activités éducatives et culturelles ou la production de publications. On retrouve notamment dans cette catégorie les lieux et sites historiques.

Centre d'exposition

Établissement à but non lucratif dont l'activité principale consiste à exercer des fonctions de recherche, d'éducation, d'action culturelle, de diffusion et de mise en valeur par la présentation d'expositions temporaires et l'organisation d'activités éducatives et culturelles portant principalement sur l'art. Certains centres d'exposition ont également comme mandat de présenter des expositions en histoire et en sciences. On retrouve entre autres dans cette catégorie les salles d'exposition rattachées à des maisons de la culture, des bibliothèques publiques ou des centres culturels. Les centres d'artistes autogérés ne sont pas inclus.

3. Dans leurs travaux, les statisticiens ont calculé les résultats relatifs aux trente institutions non répondantes en utilisant des techniques de pondération et d'imputation.

Les défis du projet

Les statistiques sur la provenance de la clientèle muséale constituent une information clé, qui intéresse à la fois les institutions muséales prises individuellement, chacune ayant ses propres paramètres de clientèle et ses propres visées en matière de programmation et de marketing, et à la fois les organismes qui développent des stratégies d'ensemble pour un secteur d'activité ou une région donnée : la Société des musées du Québec, les associations touristiques régionales, le ministère du Tourisme, etc.

Pour obtenir des statistiques sur la composition de sa clientèle, une institution muséale n'a guère d'autre choix que de questionner ses visiteurs. Ce processus peut être laborieux et coûteux, bien qu'il soit depuis quelques années facilité par le fait que les logiciels de caisse enregistreuse permettent de consigner le code postal du client qui achète une entrée. Il reste néanmoins plusieurs contraintes, qui s'avéreront plus ou moins lourdes selon l'institution : il faut ralentir le processus d'accueil et de transaction en y insérant une question, disposer des ressources pour trier, interpréter et compiler les codes postaux recueillis, concevoir un système catégoriel de provenances, élaborer une méthode permettant de produire des statistiques sur le nombre d'entrées plutôt que sur le nombre de transactions, etc.

Actuellement, la cueillette continue d'information sur la provenance des visiteurs n'est pas une pratique répandue à la majorité des institutions muséales du Québec. Cela explique en partie pourquoi il n'existait pas à ce jour de statistiques d'ensemble sur la provenance de la clientèle muséale au Québec. Ajoutons que même si le recueil d'information de provenance était plus répandu au sein du réseau muséal, l'addition des données de chaque institution resterait difficile, voire impossible, en raison de la diversité des méthodologies et des catégories utilisées. Dans ce contexte, on comprend qu'un projet comme celui de la SMQ et de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ), visant à produire des statistiques d'ensemble sur la provenance des visiteurs, représentait un défi important. Les principaux écueils ont été contournés en choisissant de ne cibler qu'un sous-groupe d'institutions muséales, en circonscrivant l'étude à une période de deux mois et en demandant à toutes les institutions visées de suivre une procédure uniforme pour la cueillette d'information auprès des visiteurs et la compilation. Pour plus de détails, voir la section « Notes méthodologiques ».

Limites interprétatives

Réalisée à l'été 2015, l'*Enquête sur la provenance des visiteurs d'institutions muséales* a pu être menée à bien et résulter dans la production des estimations statistiques qui sont présentées dans ce bulletin. Ces résultats offrent toutefois des possibilités limitées en ce qui concerne leur interprétation puisqu'un pourcentage substantiel (31,3 %) des entrées est classé dans la catégorie « provenance non identifiée »[4]. Cette situation est due au fait que la majorité des institutions ayant participé à l'enquête n'ont pas pu sonder la totalité de leur clientèle, pour diverses raisons. Parmi celles-ci, mentionnons le fait qu'une partie des entrées dans les institutions muséales sont des entrées non payantes et que certains des visiteurs qui entrent gratuitement ne passent pas au comptoir d'accueil ou ne sont pas interceptés par les préposés qui recueillent la provenance.

Des quantités à interpréter comme minimales

Puisque l'on ignore la provenance de 31,3 % des entrées, les statistiques relatives à chacune des six provenances doivent être interprétées comme étant la quantité minimale d'entrées que contient la catégorie (sachant que la quantité réelle serait potentiellement plus grande une fois qu'on aurait réparti les entrées de provenance « non identifiée »).

4. Afin de préserver un niveau minimal de qualité pour les estimations statistiques produites, il était impossible de faire des calculs pour reclasser dans les six autres catégories, les entrées originalement déclarées dans la catégorie « provenance non identifiée ».

Composition du groupe des 100 institutions les plus fréquentées

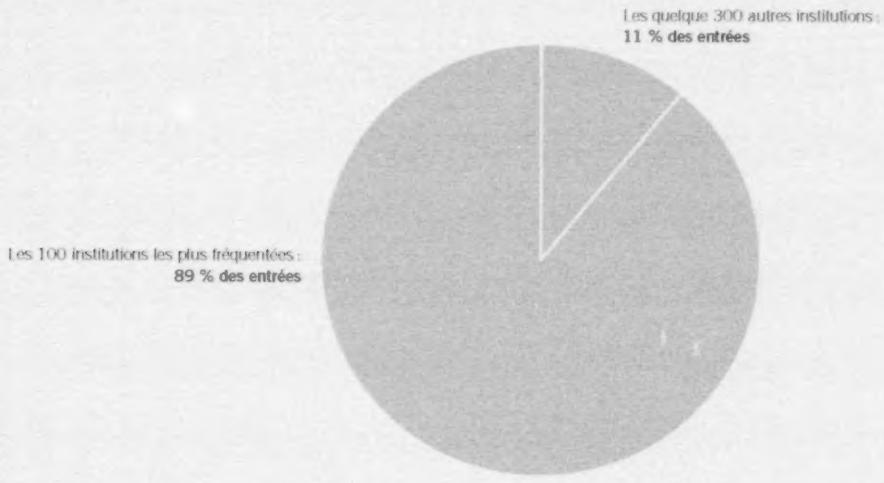
Les résultats de l'enquête portent sur les 100 institutions muséales du Québec qui enregistrent, en juillet-août, le plus grand nombre d'entrées « intra-muros ». L'Observatoire a pu identifier ces 100 institutions grâce aux résultats d'une enquête permanente sur la fréquentation des institutions muséales qu'il mène sur une base trimestrielle depuis 2003[5].

Il est important de souligner que ce groupe de 100 institutions ne doit en aucun cas être considéré comme un échantillon témoignant de l'ensemble des institutions muséales du Québec. Les résultats présentés dans ce bulletin ne s'appliquent pas à l'ensemble des institutions muséales du Québec ; ils témoignent uniquement de la situation vécue par le groupe des 100 institutions étudiées. Les résultats pour l'ensemble des institutions muséales du Québec seraient vraisemblablement différents.

Le groupe des 100 institutions muséales les plus fréquentées représente un très grand nombre d'entrées : 4 millions au total en juillet-août 2015, soit 89,0 % de la fréquentation du réseau muséal québécois durant cette période (figure 1 et tableau 1).

Pour décrire le groupe des 100 institutions étudiées, on peut mentionner que celles affichant la plus faible fréquentation enregistrent environ 5000 entrées en juillet-août et celles affichant la plus forte fréquentation dépassent 150 000 entrées. Par ailleurs, comme on le voit au tableau 2, une vingtaine d'institutions sont situées dans la région touristique de Montréal, une vingtaine dans la région touristique de Québec et une soixantaine ailleurs au Québec. Enfin, près des deux tiers des 100 institutions sont vouées à l'histoire, l'ethnologie ou l'archéologie.

Figure 1 **Part de la fréquentation intra-muros[1] totale que détiennent les 100 institutions muséales[2] les plus fréquentées, Québec, juillet-août 2015**



1. Excluant la fréquentation extra-muros, c'est-à-dire les entrées aux activités présentées par les institutions muséales dans des lieux qui ne sont pas situés sur leur propriété (par exemple, expositions ou activités présentées dans des parcs municipaux, des écoles, des centres commerciaux, des rues, des places publiques, etc.).
2. Musées, lieux d'interprétation et centres d'exposition.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

5. Les statistiques de fréquentation provenant de cette enquête permanente sont disponibles sur le site Web de l'Observatoire, à l'adresse www.stat.gouv.qc.ca/observatoire.

Tableau 1 **Fréquentation intra-muros[1] des institutions muséales[2], Québec, juillet-août 2015**

	Ensemble des institutions muséales du Québec[3]		Groupe des 100 institutions muséales les plus fréquentées du Québec		Part de la fréquentation totale que détient le groupe des institutions les plus fréquentées
	Institutions	Entrées	Institutions	Entrées	
	n				%
Ensemble des institutions muséales	**406**	**4 493 700**	**100**	**3 999 500**	**89,0**
Institutions de la région touristique de Montréal	63	1 644 500	21	1 598 900	97,2
Institutions de la région touristique de Québec	49	662 200	19	587 400	88,7
Institutions des autres régions	294	2 187 000	60	1 813 200	82,9

1. Excluant la fréquentation extra-muros, c'est-à-dire les entrées aux activités présentées par les institutions muséales dans des lieux qui ne sont pas situés sur leur propriété (par exemple, expositions ou activités présentées dans des parcs municipaux, des écoles, des centres commerciaux, des rues, des places publiques, etc.).
2. Musées, lieux d'interprétation et centres d'exposition.
3. Il s'agit des institutions répondant à l'enquête permanente de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec sur la fréquentation des institutions muséales.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Tableau 2 **Composition du groupe des 100 institutions muséales[1] les plus fréquentées, Québec, juillet-août 2015**

	n
Répartition selon le type d'institution	
Musées et lieux d'interprétation voués à l'histoire, l'ethnologie ou l'archéologie	62
Musées et lieux d'interprétation voués aux sciences	31
Musées d'art et centres d'exposition	7
Répartition selon le niveau de fréquentation intra-muros en juillet-août	
Institutions enregistrant 100 000 entrées et plus	9
Institutions enregistrant entre 50 000 et 99 999 entrées	12
Institutions enregistrant entre 10 000 et 49 999 entrées	33
Institutions enregistrant moins de 10 000 entrées	46
Répartition selon la région touristique	
Institutions de la région touristique de Montréal	21
Institutions de la région touristique de Québec	19
Institutions des autres régions du Québec	60

1. Musées, lieux d'interprétation et centres d'exposition.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

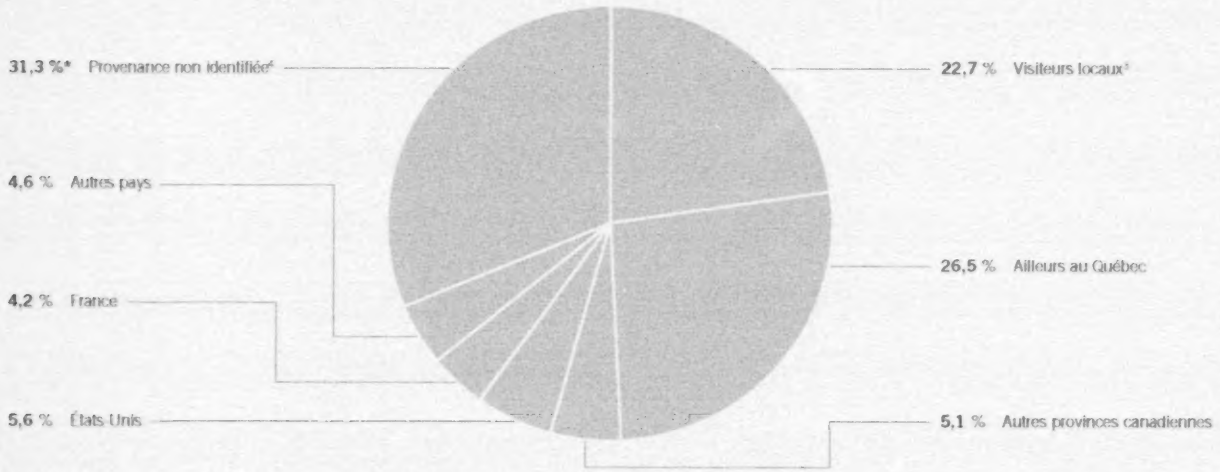
La clientèle estivale des 100 institutions étudiées

Au tableau 3, on trouve les statistiques de provenance relatives aux 4 millions d'entrées enregistrées en juillet-août 2015 par les 100 institutions étudiées. On y constate (sachant qu'il y a 1 253 000 entrées de provenance « non identifiée ») que les institutions muséales enregistrent au moins 908 100 entrées de visiteurs locaux[6] (22,7 %), au moins 1 058 500 entrées de Québécois venant d'un lieu situé à plus de 40 km de l'institution visitée (26,5 %) et au moins 779 900 entrées de visiteurs venus de l'extérieur du Québec (19,5 %).

Parmi les entrées de visiteurs venus d'un lieu situé à l'extérieur du Québec (et à plus de 40 km de l'institution muséale), ce sont les entrées des visiteurs états-uniens qui sont les plus nombreuses (224 400 au minimum ou 5,6 % de la fréquentation totale), suivies de celles des visiteurs venus d'autres provinces canadiennes (204 800 au minimum ou 5,1 %). On compte aussi un minimum de 166 000 entrées de visiteurs français (4,2 %) et de 184 700 entrées de visiteurs venus d'autres pays (4,6 %).

Si on veut évoquer la question du tourisme dans le secteur muséal, on peut examiner les résultats de l'enquête sous un autre angle. Ainsi, on constate que les 1 838 400 entrées (au minimum) qui sont le fait d'excursionnistes[7] ou de touristes[8] (tableau 3) représentent près de la moitié (46,0 %) de la fréquentation muséale en juillet-août, ce qui semble à première vue substantiel, sachant que nous ignorons la provenance du tiers des entrées.

Figure 2 **Répartition de la fréquentation intra-muros[1] des 100 institutions muséales[2] les plus fréquentées, selon la provenance géographique des visiteurs, Québec, juillet-août 2015**



* Estimation statistique d'une précision qui n'est que passable : à interpréter avec prudence.

1. Excluant la fréquentation extra-muros, c'est-à-dire les entrées aux activités présentées par les institutions muséales dans des lieux qui ne sont pas situés sur leur propriété (par exemple, expositions ou activités présentées dans des parcs municipaux, des écoles, des centres commerciaux, des rues, des places publiques, etc.).
2. Musées, lieux d'interprétation et centres d'exposition.
3. Visiteurs provenant de 40 km ou moins de l'institution muséale.
4. Visiteurs n'ayant pas pu être interrogés par les institutions muséales quant à leur provenance.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

6. Visiteurs provenant d'un lieu situé à 40 km ou moins de l'institution muséale visitée.
7. Les excursionnistes sont des personnes qui ont fait un voyage aller-retour dans la même journée à l'extérieur de leur ville de résidence, dont la distance à l'aller est d'au moins 40 km.
8. Les touristes sont des personnes qui ont fait un voyage d'une nuit ou plus à l'extérieur de leur ville et qui ont utilisé de l'hébergement commercial ou privé.

Tableau 3 **Répartition de la fréquentation intra-muros[1] des 100 institutions muséales[2] les plus fréquentées, selon la provenance géographique des visiteurs, Québec, juillet-août 2015**

	n	%
Entrées de visiteurs locaux (visiteurs provenant de 40 km ou moins)[3]	**908 100**	**22,7**
Entrées de visiteurs qui sont des excursionnistes ou des touristes	**1 838 400**	**46,0**
Entrées de visiteurs provenant du Québec, à plus de 40 km de l'institution muséale	1 058 500*	26,5
Entrées de visiteurs d'autres provinces canadiennes, à plus de 40 km de l'institution muséale	204 800	5,1
Entrées de visiteurs des États-Unis	224 400	5,6
Entrées de visiteurs de France	166 000	4,2
Entrées de visiteurs d'autres pays	184 700	4,6
Entrées de visiteurs de provenance non identifiée[4]	**1 253 000***	**31,3***
Total des entrées	**3 999 500**	**100,0**

* Estimation statistique d'une précision qui n'est que passable : à interpréter avec prudence.

1. Excluant la fréquentation extra-muros, c'est-à-dire les entrées aux activités présentées par les institutions muséales dans des lieux qui ne sont pas situés sur leur propriété (par exemple, expositions ou activités présentées dans des parcs municipaux, des écoles, des centres commerciaux, des rues, des places publiques, etc.).
2. Musées, lieux d'interprétation et centres d'exposition.
3. Cette catégorie peut inclure, en plus des visiteurs locaux résidant au Québec, des visiteurs locaux résidant en Ontario ou au Nouveau-Brunswick (étant donné que quelques institutions muséales du Québec sont situées près d'une frontière provinciale).
4. Visiteurs n'ayant pas pu être interrogés par les institutions muséales quant à leur provenance.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Tableau 4 **Répartition de la fréquentation intra-muros[1] des 21 institutions muséales[2] les plus fréquentées, selon la provenance géographique des visiteurs, région touristique de Montréal, juillet-août 2015**

	n	%
Entrées de visiteurs locaux (visiteurs provenant de 40 km ou moins)	**619 600**	**38,8**
Entrées de visiteurs qui sont des excursionnistes ou des touristes	**611 600**	**38,3**
Entrées de visiteurs du Québec, à plus de 40 km de l'institution muséale	167 100	10,5
Entrées de visiteurs d'autres provinces canadiennes, à plus de 40 km de l'institution muséale	99 500	6,2
Entrées de visiteurs des États-Unis	170 400	10,7
Entrées de visiteurs de France	86 100	5,4
Entrées de visiteurs d'autres pays	88 500	5,5
Entrées de visiteurs de provenance non identifiée[3]	**367 700**	**23,0**
Total des entrées	**1 598 900**	**100,0**

1. Excluant la fréquentation extra-muros, c'est à dire les entrées aux activités présentées par les institutions muséales dans des lieux qui ne sont pas situés sur leur propriété (par exemple, expositions ou activités présentées dans des parcs municipaux, des écoles, des centres commerciaux, des rues, des places publiques, etc.).
2. Musées, lieux d'interprétation et centres d'exposition.
3. Visiteurs n'ayant pas pu être interrogés par les institutions muséales quant à leur provenance.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

La clientèle estivale des 21 institutions montréalaises les plus fréquentées

Au sein des 100 institutions muséales étudiées, le sous-groupe des 21 institutions situées dans la région touristique de Montréal[9] représente un nombre d'entrées important, soit 1,6 million en juillet-août 2015. Les données fournies à l'ISQ par les institutions de ce sous-groupe régional avaient les caractéristiques requises pour produire des estimations statistiques présentant une qualité suffisante pour être diffusées, ce qui n'a malheureusement pas été le cas des données relatives aux 19 institutions de la région touristique de Québec et aux 60 institutions situées dans le reste du Québec.

Le tableau 4 présente la répartition du 1,6 million d'entrées enregistrées par les 21 institutions les plus fréquentées de la région touristique de Montréal. On constate d'abord que la proportion d'entrées pour lesquelles la provenance du visiteur n'a pu être identifiée (23,0 %) semble[10] plus faible que pour l'ensemble des 100 institutions étudiées (31,3 %). Cela rend les statistiques montréalaises particulièrement intéressantes, surtout en sachant que les 21 institutions les plus fréquentées de l'île de Montréal détiennent (en juillet-août 2015) 97,2 % de la fréquentation de l'ensemble des institutions muséales situées sur ce territoire (tableau 1).

En tenant compte du 23,0 % d'entrées pour lesquelles la provenance n'est pas identifiée, on peut affirmer que la vingtaine d'institutions muséales les plus fréquentées de Montréal enregistrent, en juillet-août, au moins 619 600 entrées de visiteurs locaux (38,8 %), au moins 167 100 entrées de Québécois venant d'un lieu situé à plus de 40 km de l'institution visitée (10,5 %) et au moins 444 500 entrées de visiteurs venus de l'extérieur du Québec (27,8 %).

Sur l'île de Montréal, parmi les entrées de visiteurs venus de l'extérieur du Québec, ce sont les visiteurs états-uniens qui sont les plus présents (170 400 entrées au minimum ou 10,7 % de la fréquentation). On compte aussi au moins 99 500 entrées de visiteurs venus d'autres provinces canadiennes (6,2 %), au moins 86 100 entrées de visiteurs français (5,4 %) et au moins 88 500 entrées de visiteurs venus d'autres pays (5,5 %).

Figure 3 **Répartition de la fréquentation intra-muros[1] des 21 institutions muséales[2] les plus fréquentées, selon la provenance géographique des visiteurs, région touristique de Montréal, juillet-août 2015**

1. Excluant la fréquentation extra-muros, c'est-à-dire les entrées aux activités présentées par les institutions muséales dans des lieux qui ne sont pas situés sur leur propriété (par exemple, expositions ou activités présentées dans des parcs municipaux, des écoles, des centres commerciaux, des rues, des places publiques, etc.).
2. Musées, lieux d'interprétation et centres d'exposition.
3. Visiteurs provenant de 40 km ou moins de l'institution muséale.
4. Visiteurs n'ayant pas pu être interrogés par les institutions muséales quant à leur provenance.

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

9. La région touristique de Montréal couvre l'île de Montréal ; elle est équivalente à la région administrative de Montréal.
10. Compte tenu de l'imprécision inhérente au fait que les statistiques présentées ici sont des estimations, nous ne pouvons affirmer hors de tout doute que la proportion de « provenance non identifiée » observée pour Montréal est inférieure à celle observée pour l'ensemble du Québec. C'est la raison pour laquelle nous employons le mot « semble ».

Les visiteurs provenant de l'extérieur du Québec

En somme, les résultats de l'enquête menée par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec permettent de constater qu'en juillet-août 2015, pour l'ensemble des 100 institutions muséales les plus fréquentées, les visiteurs locaux représentent au moins 23 % de la fréquentation, les excursionnistes et touristes venus d'ailleurs au Québec, au moins 27 % et les excursionnistes et touristes venus de l'extérieur du Québec, au moins 20 %.

Pour mettre en perspective cette part minimale de 20 % de visiteurs venus de l'extérieur du Québec, il est intéressant de consulter les statistiques diffusées par le ministère du Tourisme[11]. Ces statistiques nous apprennent que, pour le 3e trimestre[12] de l'année, au sein des touristes ayant voyagé au Québec (ce qui exclut les excursionnistes), on en retrouve environ 76 % venus du Québec et 24 % venus de l'extérieur du Québec[13]. Évidemment, pour avoir une base de comparaison commune, il faudrait que les résultats de notre enquête a) ne comprennent pas d'entrées classées « provenance non identifiée » et b) permettent d'isoler les touristes au sein des visiteurs de musées, ce qui est impossible puisque telle que l'enquête a été conçue, touristes et excursionnistes sont confondus. On peut néanmoins affirmer qu'en ce qui concerne les institutions muséales, une part (minimale) de 20 % de visiteurs venus de l'extérieur du Québec peut être considérée comme relativement importante sachant que les visiteurs locaux et ceux de provenance non identifiée sont inclus dans le calcul de répartition.

Une démarche à poursuivre

Vu la part d'inconnu qu'il reste quant à la composition de la clientèle muséale étudiée (le tiers des entrées étant de provenance « non identifiée »), les résultats de l'*Enquête sur la provenance des visiteurs d'institutions muséales* doivent être considérés comme une information statistique de départ. Mais aussi basique soit-elle, cette information peut se révéler fort utile dans un contexte autrefois marqué par l'absence de statistiques. Il faut voir les résultats présentés dans ce bulletin comme un premier jalon et espérer que les conditions permettant de refaire l'enquête SMQ-OCCQ seront réunies au cours des prochaines années, lorsque les institutions muséales les plus fréquentées disposeront des ressources requises pour sonder la totalité de leur clientèle, incluant notamment tous les visiteurs non payants.

Merci aux établissements participants

L'*Enquête sur la provenance des visiteurs d'institutions muséales* a été réalisée grâce à la collaboration des établissements sollicités à titre de répondants. L'Observatoire de la culture et des communications du Québec et la Société des musées du Québec les en remercient chaleureusement.

11. MINISTÈRE DU TOURISME (2016). *Le tourisme au Québec en bref 2014*, Direction des politiques et de l'intelligence d'affaires, avril, 25 p. [En ligne]. [www.tourisme.gouv.qc.ca/publications/categorie/connaissances-strategiques-38.html].
12. Le 3e trimestre englobe les mois de juillet, août et septembre.
13. Au 3e trimestre de 2014, parmi les 10,8 millions de touristes ayant visité le Québec, 76,4 % venaient du Québec et 23,6 % venaient de l'extérieur du Québec. En 2013, ces proportions étaient respectivement de 75,3 % et de 24,7 %.

Numéros déjà parus

Optique culture

49	Les dépenses en culture des municipalités en 2014	Mai 2016
48	La fréquentation des institutions muséales en 2014 et 2015	Mai 2016
47	Les ventes d'enregistrements sonores au Québec en 2015	Mai 2016
46	Les professions de la culture et des communications au Québec en 2011	Février 2016
45	La fréquentation des cinémas en 2015	Février 2016
44	Les acquisitions d'œuvres [illegible] de musées, entreprises et institutions en 2012-2013 et 2013-2014	Octobre 2015
43	Les ventes de livres en 2014	Septembre 2015
42	La fréquentation des arts de la scène au Québec en 2014	Septembre 2015
41	Enquête sur les ventes québécoises de livres numériques	Mai 2015
40	Les dépenses en culture des municipalités en 2013	Mai 2015
39	Les ventes d'enregistrements sonores au Québec en 2014	Avril 2015
38	Les dépenses en culture de l'administration publique québécoise depuis 1985	Février 2015
37	La fréquentation des cinémas en 2014	Février 2015
36	Les bibliothèques publiques québécoises de 2002 à 2012. Comparaisons internationales et évolution récente	Février 2015
35	Les ventes de livres de 2009 à 2013	Septembre 2014
34	Dix ans de statistiques sur la fréquentation des arts de la scène	Septembre 2014
33	Les dépenses culturelles des municipalités en 2012	Juin 2014
32	La fréquentation des institutions muséales en 2012 et 2013	Mai 2014
31	Les ventes d'enregistrements sonores au Québec en 2013	Avril 2014
30	La fréquentation des cinémas en 2013	Février 2014
29	Les acquisitions d'œuvres d'art des musées, des entreprises et des institutions en 2010-2011 et 2011-2012	Novembre 2013
28	La fréquentation des arts de la scène en 2012	Septembre 2013
27	Les ventes de livres de 2008 à 2012	Juillet 2013
26	Le développement de pratiques culturelles chez les enfants	Juillet 2013
25	Les dépenses culturelles des municipalités en 2011	Mai 2013
24	Les ventes d'enregistrements sonores au Québec en 2012	Mai 2013
23	Les artistes en arts visuels québécois : un aperçu statistique	Mai 2013
22	La fréquentation des cinémas et ciné-parcs en 2012	Mars 2013
21	La fréquentation des arts de la scène en 2011	Septembre 2012
20	Les danseurs et chorégraphes québécois : un aperçu statistique	Juillet 2012
19	L'évolution des dépenses culturelles des ménages québécois, de 1997 à 2009	Mai 2012
18	Les dépenses culturelles des municipalités en 2010	Mai 2012
17	La fréquentation des institutions muséales en 2011	Mai 2012
16	Dix ans de statistiques sur le marché de l'enregistrement sonore au Québec	Mai 2012
15	Le marché du vidéogramme en 2011	Avril 2012
14	La performance financière de certaines industries culturelles au Québec de 2005 à 2009	Mars 2012
13	Projections numériques : 45 % de l'assistance des cinémas en 2011	Mars 2012
12	L'emploi salarié dans certaines industries de la culture et des communications, de 1991 à 2010	Novembre 2011
11	Les ventes d'albums québécois de nouveaux artistes	Octobre 2011
10	Les acquisitions d'œuvres d'art des musées, des entreprises et des institutions en 2009-2010	Septembre 2011
09	Dix ans de ventes de livres	Septembre 2011
08	La fréquentation des arts de la scène en 2010	Septembre 2011
07	Les parts de marché du livre édité au Québec en 2009	Juin 2011
06	Vente d'enregistrements sonores en 2010 : renforcement des tendances	Juin 2011
05	Les dépenses culturelles des municipalités en 2009	Mai 2011
04	La fréquentation des institutions muséales en 2010	Mai 2011

OBSERVATOIRE
DE LA CULTURE ET DES
COMMUNICATIONS
DU QUÉBEC

La version PDF de ce document est consultable à l'adresse suivante : www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture.

Pour tout renseignement
Christine Routhier
418 691-2414, poste 3053
christine.routhier@stat.gouv.qc.ca

Observatoire de la culture
et des communications
Institut de la statistique du Québec
200, chemin Sainte-Foy, 3e étage,
Québec (Québec) G1R 5T4
418 691-2414
observatoire@stat.gouv.qc.ca

Dépôt légal
ISSN : 1925-4199 (version imprimée)
ISSN : 1925-4202 (en ligne)
2e trimestre 2016
© Gouvernement du Québec,
Institut de la statistique du Québec, 2011

Toute reproduction autre qu'à des fins de consultation personnelle est interdite sans l'autorisation du gouvernement du Québec.
www.stat.gouv.qc.ca/droits_auteur.htm

Institut de la statistique
Québec